

2-Tages-Seminar: Produktmanagement für Medizinprodukte

Medizinprodukte erfolgreich planen und steuern (Stand 2020)

Termine: 06./07.10. (online-interaktiv); 09./10.11. (online-interaktiv), 01./02.12 (Präsenz)

In diesem Seminar setzen Sie in interaktiven Workshops alle wichtigen Tools ein, um Ihr Medizinprodukt bzw. Ihre Produktgruppe erfolgreich planen und im Markt positionieren zu können.

Sie erstellen einen strategisch ausgerichteten Produkt-Marketing-Plan, der eine fundierte SWOT-Analyse, ein Business-Modell-Canvas, smart formulierte Ziele für alle relevanten Marketing-Instrumentarien und die jeweilig passenden Strategien dazu enthält.

Ein modernes Cross-Media-Marketing-Mix bildet hier die Basis für eine gelungene Markteinführung. Sie lernen agile Techniken kennen, die Ihnen und Ihren Schnittstellenpartnern eine kundenzentrierte Denkweise vermitteln und so innovative Ideen zur Produkt- und Servicedifferenzierung entstehen lassen.

1. Tag

- *Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen**
- Wichtige Aufgaben und agile Tools im Schnittstellenmanagement
- Prozesse im Produktmanagement (Produktmarketing-Strategie, Produktentwicklung, Markteinführung)
- Markt- und Produktsegmentierung
- Analyse des Produktmarktes und Produkt-Portfolios i.V.m. der SWOT-Analyse (Marktpotentiale, Unternehmensumwelt, Trends, Wettbewerb, Branche, Produkt-Portfolio, Produktlebenszyklus)
- Business Modelling im Produktmanagement
- Differenzierung und Positionierung der Produkte
- Planung und Kontrolle des Produkterfolges, Abgleich mit der Unternehmensplanung

Übungen:

- Übung "Marktanalyse": Untersuchung des eigenen Produktmarktes und des Wettbewerbs anhand ausgewählter Analyse-Tools.
- Übung "Kano-Analyse": Strukturierung von Kundenanforderungen anhand Ihres Produktes. Entwicklung von Kundenwerten zu Lösungen.
- *Workshop "Softskills": Die eigene Persönlichkeit anhand eines Analysetools kennen lernen und effektiv mit Geschäftsleitung, Vertrieb, Entwicklung, etc. kommunizieren.**

2. Tag

- Erfolgreiche Produkt- und Marketingstrategien für Medizinprodukte
- Das Marketing- und Dienstleistungs-Mix (7 P's) anhand von Praxisbeispielen
- Arzt/Patient/Einkauf: Effektive Kundenansprache und Werbewirkung
- Markteinführung und Planung: Entwicklung und Wirkung von Kampagnen im Markt
- Agile Techniken im Produktmarketing (Personas, Epics, User Storys)
- Erfolgreiche Corporate Websites und Social-Media-Marketing für Kunden und Patienten.
- Cross-Media-Mix: Beispiele zur erfolgreichen Verknüpfung des On- und Offline-Marketings
- *Grundkenntnisse der zulässigen Werbung (on- und offline) nach HWG/UWG**

**dieses Thema ist in der Seminardokumentation ausführlich beschrieben und wird in der Online-Session nur auf Anfrage besprochen.*

Übungen

- Übung „Nutzenorientierte Marketingkommunikation“: Zielgruppenoptimierte Marketingkommunikation in verschiedenen Kanälen über die Analyse des Produktnutzens im Wettbewerbsvergleich.*
- Übung "Customer Experience": Verschiedene Customer Journeys und erfolgsrelevante Touchpoints erarbeiten und dafür ein effektives Marketing-Mix entwickeln.
- Workshop "Design Thinking": Phasen des Design Thinking mit dem Schwerpunkt „Ideenfindung“. Einsatz einer Kreativitätstechnik zur Generierung neuer Produkt- und Servicelösungen.
- Übung "Produkt-Marketing-Plan": Erarbeitung der Inhalte eines Produkt-Marketing-Plans für Ihr Produkt. Entwicklung von Marketing-Strategien.

**dieses Thema ist in der Semindokumentation ausführlich beschrieben und wird in der Online-Session nur auf Anfrage besprochen.*

Zusatzleistungen

- Vor dem Seminar: Feinabstimmung der Seminarinhalte mit den Teilnehmern, Zielabfrage
- Technikcheck und Kurzschulung bei Online-Veranstaltungen
- Im Online-Seminar: 20% fachlicher Input, 80 % Workshops/Übungen
- Im Präsenz-Seminar: 40% fachlicher Input, 60 % Workshops/Übungen
- Lösungsorientiertes Training mit max. 4 Teilnehmern (online), 7 Teilnehmer (Präsenz)
- Ausführliche Seminar-Dokumentation, Literatur, Literaturhinweise, Checklisten
- Ratgeber "Effektiv im Job" (Haufe-Verlag; Co-Autorin Sigrid Triebfürst)
- Nach dem Seminar: Online-Feedbackrunde nach 3 Monaten

Organisation Online-Interaktiv-Seminar

- Im Online Interaktiv-Seminar arbeitet Frau Triebfürst mit **Microsoft Teams** und dem innovativen Kollaborationstool **Conceptboard**.
- Erfahren Sie, wie erlebnisreich und einfach komplexe Themen und Workshops **motivierend** durchgeführt werden können.
- Die Teilnehmer arbeiten in separaten Videokonferenzen zusammen, tauschen sich aus und lernen sich untereinander kennen.
- Im Zusammenspiel mit weiteren interaktiven **Interventionen** (Quiz, Spiele, visuelle Effekte) bietet Ihnen das Produktmanagement-Seminar alle wichtigen inhaltlichen Themen und macht Sie zugleich fit für die in Zukunft geforderte, kreative Online-Kommunikation mit Kollegen aus dem In- und Ausland.
- Mehr **Informationen** zu Ablauf, Organisation und Inhalt bei **Online-Interaktiv-Veranstaltungen** finden Sie auf: <https://www.medtech-seminare.de/online-interaktiv-veranstaltungen>

Zielgruppe

Produktmanager/beginnende Produktmanager aus R&D, Marketing, Vertrieb oder Service

Kosten

1190,- EUR zzgl. gesetzlich gültiger MwSt.. Darin enthalten sind zwei Seminartage, Seminar-Dokumentation, Teilnahmezertifikat (und vollständige Verpflegung bei Präsenzseminaren). Die Seminar-Dokumentation bei Online-Veranstaltungen wird vorab per Post bzw. online gestellt.

Dauer

Jeweils von 9.00 - 17.00 Uhr. In Online Interaktiv-Seminaren werden mehrere Pausen eingeplant und mit den Teilnehmern individuell abgestimmt.

Ort (bei Präsenzseminaren)

Sigrid Triebfürst. medtech-seminare & coaching
Am Wechselgarten 19
91058 Erlangen/ Tennenlohe
Tel. 0911-5181947
Mail: info@medtech-seminare.de

Bei Bedarf senden wir Ihnen eine Liste nahe gelegener Unterkünfte zu.